

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.2 Logo Perusahaan	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	1
1.3 Identifikasi Masalah	15
1.4 Tujuan Penelitian.....	15
1.5 Kegunaan Penelitian.....	16
1.5.1 Kegunaan Teoritis	16
1.5.2 Kegunaan Praktis	16
1.6 Sistematika Penulisan.....	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	18
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	18
2.1.1 Pengertian Pemasaran	18
2.1.2 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	18
2.1.3 Kualitas Produk.....	21
2.1.4 Harga	24
2.1.5 Perilaku Konsumen	29

2.1.6	Keputusan Pembelian.....	32
2.1.7	Hubungan Antar Variabel Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian	38
2.1.8	Hubungan Antar Variabel Harga dan Keputusan Pembelian.....	39
2.2	Penelitian Terdahulu.....	40
2.2.1.	Ulasan Penelitian Terdahulu	40
2.2.2.	Ulasan Jurnal Nasional.....	45
2.2.3.	Ulasan Jurnal Internasional	51
2.3	Kerangka Pemikiran	55
2.4	Hipotesis Penelitian	57
2.5	Ruang Lingkup Penelitian	57
3.1.	Jenis Penelitian	58
3.2.	Variabel Operasionalisasi dan Skala Pengukuran	58
3.2.1.	Variabel Operasional.....	58
3.2.2.	Skala Pengukuran.....	62
3.3.	Populasi dan Sampel	63
3.3.1.	Populasi.....	63
3.3.2.	Sampel.....	63
3.4.	Teknik Pengumpulan Data	64
3.5.	Validitas dan Uji Reliabilitas	65
3.5.1.	Uji Validitas	65
3.5.2.	Uji Reliabilitas	67
3.5.3.	<i>Method Of Succesive Interval (MSI)</i>	68
3.6.	Uji Asumsi Klasik	69
3.6.1.	Uji Normalitas.....	69
3.6.2.	Uji Multikolinearitas	69
3.6.3.	Uji Heteroskedastisitas.....	70
3.7.	Teknik Analisis Data	70
3.7.1.	Analisis Deskriptif	70
3.7.2.	Analisis Regresi Linier Berganda (<i>Multiple Regressions</i>).....	72

3.8. Pengujian Hipotesis	73
3.8.1. Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji-F)	73
3.8.2. Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji-t).....	74
3.9. Koefisien Determinasi	75
4.1 Pengumpulan Data	76
4.2 Karakteristik Responden	76
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi.....	77
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.....	78
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Biaya yang Dikeluarkan per Transaksi	78
4.3 Method of Succesive Interval (MSI).....	79
4.4 Hasil Penelitian	79
4.4.1 Analisis Deskriptif	79
4.4.2 Uji Asumsi Klasik.....	92
4.4.3 Hasil Analisis Regresi Berganda.....	97
4.4.4 Uji Hipotesis	98
a. Besarnya Pengaruh Variabel Kualitas Produk dan Harga Terhadap Variabel Keputusan Pembelian	101
4.4.5 Koefisien Determinasi.....	103
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian	104
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	108
5.1 Kesimpulan	108
5.2 Saran.....	110
5.2.1 Saran bagi perusahaan.....	110
5.2.2 Saran bagi peneliti selanjutnya.....	111
DAFTAR PUSTAKA	112